no.357
1989年 6/1
ゲームマシン
アミューズメント通信
JUNE 1, 1989
毎月2回(1日・15日)発行　昭和56年10月17日第3種郵便物認可　発行所 アミューズメント通信社　編集・発行人 赤木真澄　〒530大阪市北区堂山町18−2(若杉ビル)☎06(314)0309　定価400円　年間購読料9,880円(送料共、消費税込)

GAME MACHINE
Game Machine Magazine is published twice monthly on the 1st and 15th of the month by Amusement Press, Inc., Wakasugi Bldg., 18-2, Doyamacho, Kita-ku, Osaka, 530 Japan. Subscription rate: Overseas (air mail) - US$180.00 / year.

6月初めにも社団法人化

JAMMAが「解散」「設立」総会を終え、認可申請

日本アミューズメントマシン工業協会（事務局東京、中村雅哉会長、JAMMA）は五月十日、東京のホテルニューオータニで「解散総会」を開いた後、引続き「社団法人日本アミューズメントマシン工業協会」の「設立総会」を開催した。JAMMAの社団法人化は通産省の指導を受けつつ公益法人として公益目的を達成すべく進められてきたもの。五月十二日に設立認可申請が行なわれており、六月初めにも認可される見通しとなっている。従って六月初めにも、AM業界としては初の社団法人が誕生することになる。

67年以来の協会の合分流 任意団体から公益法人へ

中村雅哉会長

同総会には正会員五十七社のうち、委任三十一社を含む五十二名が出席した。まず「解散総会」の冒頭、中村会長が挨拶として次のように述べた。

「ゲーム機業界で最初の団体は、日本自販機協会から分離独立した日本アミューズメント工業協会（NAMA、六七年二月設立）で、その後全日本アミューズメント協会（旧JAA、七一年十月設立）に移り、全日本遊園協会（JAA、七三年七月に合併）となったが、八〇年十二月にJAAからそれぞれ独立し、八一年一月にJAMMAが設立された」

「JAMMAは実用新案権無効審判、TVゲーム機の無断コピー対策などで数多くの成果を挙げた。とくにTVゲームの著作権保護では各会員会社が苦労し、重要な判例を勝ちとってきており、大いに誇りに思う。また風営法問題では国会に対し働きかけ、それなりの成果を収めたと自負している」

「日本の経済規模が拡大し、国際的にも広範囲に進展している。しかしながら、これらに伴い業界を取り巻く環境は一層厳しくなっている。JAMMAの社団法人化は、社会に対し責任を持つことであり、増大する社会的期待に応えていくためのものである。これまでの八年間の皆さんの多大な支援と協力に、心から感謝する」

以上の中村会長の挨拶に引続き、中村氏が議長となって議題の審議に入った。①日本アミューズメントマシン工業協会の解散について、社団法人としての認可後すぐに社団法人に移行するので、その直前に解散するとの議案説明があり、異議なく承認された。②残余財産（四月一日現在約千九百三十三万円）を、新たに発足する社団法人に引渡すことについても、同様に承認された。以上で解散総会を終えた。

公益目的による新「定款」 現役員態勢などは変らず

引続き「社団法人日本アミューズメントマシン工業協会」の「設立総会」が開かれた。開会後、まず「設立経過報告」が設立発起人代表の中村氏により朗読、了承された。

JAMMAでは昨年二月の定時総会で事業計画に「公益法人化の準備」を掲げ、承認されており、一年間に及ぶ準備作業を終えたことを報告した。

議長に中村氏が選ばれ、議事録の署名人が選出された。議案は次のとおり審議された。

①社団法人日本アミューズメントマシン工業協会の設立について、設立趣旨書とともに承認された。②社団法人の定款について、JAMMA段階からの主な改正点の説明があり、承認された。主な改正点は、「目的」と「事業」が公益目的により大幅に書き替えられたほか、いくつかある。

③事業計画（設立許可日から来年三月末まで）と収支予算は、二年分の説明があり、承認された。また④入会金および会費規定（内容は従来と同じ）が同様に承認された。事業計画は、二月の定時総会時のものを基本に、さらに細かく項目を立てている。

⑤役員の選出方法については議長一任となり、議長は設立発起人十七名のうち十五名を理事に、二名を監事に選びたいと提案、承認された。さらに会長、副会長、専務についても提案があり、承認された。その結果、次の役員態勢となったが、これは先の定時総会時と同じ顔ぶれである（本紙第353号参照）。

会長＝中村雅哉氏。副会長＝中山隼雄氏、福田哲夫氏。専務理事＝日南香氏。

理事＝川崎英吉氏、辻本憲三氏、川楠俊太郎氏、古川純一郎氏、菱川文博氏、金沢義秋氏、木村雅三氏、長谷川桂祐氏、柿原孝氏、矢野徳蔵氏、岡田和生氏。

監事＝山田數夫氏、吉野正彦氏。

⑥設立者および設立代表者の選任については、原案どおり承認された。また設立代表者（中村氏）が、設立申請手続きを進める上で必要な権限についても承認された。⑦社団法人の事務局設置もそのまま承認された。

以上で設立総会の議事を終え、今後の予定（設立認可申請、許可）について日南専務が説明した。

社団法人化に伴うJAMMA「解散」「設立」総会のようす

厳しい審査に合格

特別の法的権利、能力は付加されないが――

解説

「公益法人」とは、民法に基づく社団法人、財団法人、特別法に基づく学校、宗教、社会福祉の各法人などの法人で、公益事業を目的とし、営利を目的としない（非営利）法人。公益とは社会全般の利益をさしている。

社団法人と財団法人の違いは、社団法人が〃社員〃の結合体であるのに対し、財団法人がある目的のための結合された財産の集合体である――という点にある。このため社団法人の定款に相当するものは、財団法人では「寄付行為」となるなど、法人の趣旨が異なる。社団、財団の各法人は主務官庁の許可を得てはじめて法人格を取得することができる。

社団法人としての許可を主務官庁（JAMMAの場合は通産省）から得るには、少なくとも「公益法人設立認可基準」を満たさなければならない。これには、「健全な事業活動を継続するに必要な確固とした財政的基礎を有しなければならない」など、いくつかの厳しい審査項目が掲げられている。このため、設立許可を得たことはこれらの審査に合格した、という栄誉をもたらすことになる。

しかしながら、任意団体が社団法人成りしたからと言って、特別の法的権利、能力が得られるわけではない（法人格を得ただけ）。実態のない社団法人も多いとされており、結局はその団体がいかに内容のある事業活動をしているかで、団体の評価は決まるわけだ。

今回のJAMMAの社団法人化は実態に沿って公益目的を加え、法人化を進めたもので、業界にとってもその意義は深い。

AM産業の中核に

これまでの定款と比べ「目的」など大幅に変更

「社団法人日本アミューズメントマシン工業協会」の定款のうち、「目的」と「事業」は次の内容となっている。

（目的）
第三条 本会は、アミューズメントマシン（ビデオゲーム機・乗物機等で人々が遊び楽しむ機械器具及び装置。以下同じ。）産業に関する調査研究、技術の開発、情報の収集及び提供等を行うことにより、アミューズメントマシン産業及び関連産業の振興を図り、もって我が国産業の発展及び国民生活の向上に寄与することを目的とする。

（事業）
第四条 本会は、前条の目的を達成するため、次の事業を行う。
① アミューズメントマシン産業（以上同文につき「AM産業」と略す＝本紙）に関する調査研究
② AM産業に関する技術の開発研究
③ AM産業に関する情報の収集及び提供
④ AM産業に関する展示会、講習会、研究会等の開催
⑤ AM産業に関する内外関係機関との交流の促進
⑥ アミューズメントマシンに関する登録
⑦ アミューズメントマシンに関する標準化の推進
⑧ 前各号に掲げるもののほか、本会の目的を達成するために必要な事業

以上のほか従来の定款と異なるのは、正会員が民法上の社員になること、会費未納の場合は除名でなく退会となることなど。

役員四名を新旧交替

愛知ゲーム機OP協定時総会で風営手続きも報告

愛知県ゲーム機オペレーター協会（事務局名古屋、加藤駿介会長、会員七十社）では五月九日、名古屋市内のサンプラザで今年度定時総会を開き、予決算案を承認したほか、役員改選では四名の新旧交替を行なった。

同総会には委任状十五社を含む四十六社が出席した。主な議事に入る前に、事務局担当の松本昭夫理事から同協会が扱っている「禁煙シール」などの紹介があった。また山田進副会長が、風営法に基づく変更届の簡素化について愛知県警・保安課と交渉を進めてきた結果について報告した。それによると「変更届」のうち「営業者の氏名等の変更」の届出については法令で定められており、必要な書類などの確認にとどまったが、「営業所の設備・構造の変更」のうち「軽微な変更」について統一見解が示された。

これは従来とかく警察署により異っていたのを統一しようとするもので、四月下旬からこの統一見解で進めている、とのこと。それによると、①総台数の増減、②区分別の台数の増減、③型式別の台数の増減、④半数以上の台数の移動（配置レイアウトの変更）――があったとき、同協会が用意する「遊技設備一覧表」または図面（五十分の一か百分の一の縮尺）を変更届とともに提出することになった。法令では軽微な変更の届出は一ヵ月以内となっているが、まとめて行なっていいことになっている。山田氏は「一覧表」の用紙が風営法施行規則の様式第二号「その2(C)」に代わる、と語った。

総会の議長には位田宗一理事（中央産業）が選ばれ、議事に入った。三月末までの八八年度決算案は松本理事が説明、また八九年度予算案は加藤会長が説明し、それぞれ承認された。役員改選は任期満了によるもの。松本理事は役員のうち一部を新旧交替させたらどうかという理事会での結論を示した。それによると退任予定の四名が選考委員となって新任役員を指名する、とのこと。この方法について異議はなく、その結果、赤池清美氏（名古屋娯楽）、野口光之氏（システムアート）、岡島賢司氏（サンユー）の三名が新たに理事となり、押谷了治氏（サンアミューズメント）が新監事になった。

再任されない四名の前役員は木村雅三前副会長（総商）、小川正宏前理事（名古屋ジューク）、松本昭夫前理事（タイガーレジャー）、神出英生前監事（神出商産）で、〝相談役〟となることが了承された。これら四名の相談役に対しその功労をたたえ、加藤会長から表彰状が手渡された。同協会の前身「中部オペレーター会」で会長だったことのある神出氏がお礼の挨拶を述べ、松本氏は事務局担当でなくなることから、事務局が移転する予定であることを明らかにした。

以上で総会を終え、引続き理事会が開かれた。その結果、正副会長などは次のとおりとなったことが確認された。

会長＝加藤駿介氏（プレイランドカトー）。副会長＝栗林克久氏（東海ランド）、山田進氏（日本光音社）、三浦保夫氏（サンスイ）。うち栗林氏のみ新任。

事務局担当理事＝位田宗一氏。新事務局＝名古屋市瑞穂区瑞穂通七丁目二十二、中央産業㈱内、☎（〇五二）八五一―九二九二。

愛知県協・定時総会にて、右側上の写真は加藤会長（右）による表彰のようす。左から神出氏、松本氏、小川氏、そして木村氏の代理。下の写真は総会のようす

加藤駿介会長

神出英生相談役

「7号営業」の消費税は 景品の交換時に

やむなく暫定措置でスタート

パチンコ店など風営の「七号営業」での遊技料金にかかる消費税について、警察庁・保安課は三月二十日に「客の取得した出玉、メダルを景品と交換するときに消費税分（三％）として交換率を上げる」との方式を了承したと発表し、各都道府県でもほとんどがこの方式を採用することになったが、群馬、栃木の両県では五月中旬現在でもなお実施されていないことがわかった。

「七号営業」での消費税転嫁の方法についてはさまざまな案があった。まず①貸玉レートを百円二十五個から二十四個に減らすのは、玉一個四円以内という風営法に違反することになる。②くぎなどを調整し〝出玉率〟を三％下げるというのも、現実には無理とされている。③百三円で二十五個の貸玉とする案は、実際の営業向きではない。

そこで考えられたのが景品交換率の調整。しかしこの方式だと、景品と交換する客しか消費税を負担しないことになる。他に方法がないため全国遊技業協同組合（全遊協）はこの方式で了承するよう警察庁に求めていた。警察庁は大蔵省と協議しこの方式を了承したが、「やむをえない暫定措置だ」としている。

全遊協では各県協にこの方式について通知し、ほとんどの都道府県で採用されたが、群馬、栃木県ではいぜん実施されていないことになった。いずれ全国で実施されることになるものの、〝円滑に〟とはいかなかった。

スポーツ&レジャー博に 禅など4社出展

アトラスはシャッフルボードで

「国際スポーツ&レジャーフェスティバル89」が四月十八日から六日間、東京・晴海の国際見本市会場（新館とB館）で開かれ、AM業界から四社が出展した。このショーは第十八回東京国際見本市の一部を構成するもので、スポーツとレジャーに関連する設備機器や施設サービス、情報などを集めた総合的な展示会。〝新しいライフスタイルの提案〟を目的として昨年初めて開かれ、二回目となる今回は百十六社が出展した。AM業界からの出展社と主な展示内容は次のとおり。

㈱アトラス（本社東京、原野君也社長）は、同社が国内での独占販売権を得ている米国プレイフェア・シャッフルボード社製「シャッフルボード」を中心に、米国メリット社製の電子ダーツのほか、シグマ商事製のメカ式スロットマシン、対人用ルーレットテーブルも展示した。同社の原野社長は「引合いもそこそこあるが、それよりも出展したことで、いろいろな人とのつながりができたというメリットのほうが大きい」としている。

ジョイパックアミューズメント㈱（本社東京、林侊男社長）は、ゴルフのスイング姿勢を矯正するための同社製練習ギア「スイングニュートン」を出品し、実演により紹介した。

㈱禅（本社名古屋、松川浩之社長）は、汽車をモデルにしたイタリアのドット社製観覧バス「ロードトレインF－87型」の実物展示を中心に、プラズマ現象を発生させる米国コリンズ社製ディスプレイ装置「イナズマボール」などを展示。またフィリピンのセブ島のリゾート施設「セブ・グリーンアイランドクラブ」を紹介。これはゴルフ場やスポーツ施設とともにレジャー施設も設置され、同社がその企画に参加しているもの。松川社長は「ロードトレイン」について「国内で十五セット販売したが、自治体などからも引合いがあり、市場としては二百セットは見込める」としている。

小山ゆうえんちグループの東京ACA㈱（本社東京、林健太郎社長）は光線銃「レーザー77」、モーターボート「コバルト」を展示し、同遊園地やダイビングクラブなども紹介した。

このほかJAPEAの機関誌を発行している㈱アミューズメント産業出版も出展した。

スポーツ&レジャー博にて、禅（上）とアトラスの小間のようす

特許・実用新案 出願公告・公開（4月28日～5月15日）

特許庁に出願された特許および実用新案の公告ないし公開の最新分で、AM業界関連のものは次のとおり。記事内容は、公告／公開の日付、発明／考案の名称、出願人、公告／公開番号、出願番号の順に掲載。なお(請)は審査請求のあったものを示している。具体的な内容については、各地の発明協会などにお問合わせ下さい。

実用新案出願公告

五月九日＝「電子ゲーム盤」、㈱タイトー（東京）、1‐15416、57‐113374。「ビデオゲーム機」、同、1‐15417、57‐113375。

特許出願公開

五月八日＝「テレビゲーム装置」、シチズン時計㈱（東京）、1‐115382、62‐271893。

実用新案出願公開

五月一日＝「スロットマシン」、㈱ユニバーサル（栃木）、1‐68084(請)、63‐47473。五月九日＝「テレビゲーム装置」、シチズン時計㈱（東京）、1‐69583、62‐164538。同、1‐69584、62‐164539。

福島県郡山市が本格的遊園地

カルチャーパーク

完成させ、4月25日からオープン

福島県郡山市が同市安積町で建設を進めている総合公園「郡山カルチャーパーク」内に、遊園地「ドリームランド」が四月二十三日完成、二十五日オープンした。これは福島県内では初の本格的な遊園地であり、入園無料、利用料金も安いということで話題を集め、好調なスタートとなった。

この総合公園は同市が〝二十一世紀の街作り〟に向けて策定した〝第三次総合計画〟の中心的事業として、昭和五十六年から建設を進めてきているもので、総事業費は約五十九億円。総面積は十九万平方㍍あり、遊園地のほかプールとウォータースライダー（今夏オープン予定）、ゲートボール場、野球場、弓道場、カルチャーセンター、多目的広場などを次々と完成させていく計画になっている。

遊園地部分「ドリームランド」は、同市が㈶郡山市公園協会（三月認可、四月発足）に運営を委託しており、面積は二万七千平方㍍で約九億五千万円を投入して建設されたもの。遊園施設についてはすべて泉陽興業㈱（本社大阪、山田三郎社長）が納入、設置し、同公園協会が買い取り直営（小型乗物とゲーム機のみ泉陽運営）。遊園施設は九機種設置されている。

「ジェットコースター」＝コース全長七百㍍、定員三十六名で最も人気が高い。「観覧車」＝高さ三十㍍、定員八十名。「グレートポセイドン」＝定員三十二名。「サイクルモノレール」＝コース全長三百㍍。「メリーゴーランド」＝定員四十八名。「パラトルーパー」＝定員二十四名。「チェーンタワー」＝定員四十名。「ミラーハウス」。「ゴーカート」＝全長四百㍍。

利用料金はコースター、ゴーカートが三百円（十五歳未満は二百円）、三機種が二百円（同百円）、あと観覧車を含む四機種が大人、子どもとも百円となっている。

またレストハウス内にアーケードゲーム機十三台、屋外に定置型乗物機十三台が設置されている。なお入園料のほか駐車場も無料。

同協会の大槻昭雄事業部長は「市民に憩いの場を提供することを目的としているので、業者に委託せず直営とし、できるだけお金を使わずに楽しんでもらえるよう配慮した」とし、また遊園地運営について「まったく経験がないので泉陽から、接客方法、始業および終業点検の仕方などすべてにわたって指導を受け特訓。五月連休終了までは泉陽の係員に立合ってもらったが、それ以後は当協会で運営。当面はスムーズに運ばないこともあろうが、それよりも安全性のほうが大事」と語る。遊園施設は今後さらに充実させていく、としている。なお冬シーズン中は休園となる。

オープン後二週間で約二十万人が来園し、ゴールデンウィークには長蛇の列ができるほどの人気を呼んでおり、さらに学校関係からの問合わせも多く来ているとのこと。

大槻昭雄事業部長

高さ30ｍ、定員80名の観覧車（利用料金100円）

「ジェットコースター」（上）と「グレイトポセイドン」のようす

上の写真は定員24名の「パラトルーパー」

大阪府協のゲーム大会

参加要領を発表

協賛店で予選、1口2名選出

「大阪89アミューズメントマシンショー〝サマーゲームフェスティバル〟」（近畿四協会共催）の企画を進めているショー委員会（高嶋由之委員長）ではこのほど、同ショー二日目の一般入場日（七月二日）に会場で開催するゲーム大会「ゲームズチャンピオンシップ」への参加要領をまとめた。

それによると、これは「店のお役に立つ」催しとして実施されるもの。

参加資格は大阪府アミューズメント・オペレーター協会（OAO）会員で、大阪府下のゲーム場専門店に限られている。

参加希望店は一口三万円、最高十口までの協賛金を支払い、各店で予選（六月一日～二十五日）を行ない代表プレイヤー二名を選出。協賛金一口につきその二名分の〝決勝入場券〟と八枚の入場券（いずれも二日目のみ有効）を配付。

競技機種は十一機種のTVゲーム機とされ、次のとおり。アイレム「イメージファイト」、SNK「原始島」、カプコン「天地を喰らう」、コナミ「グラディウスII」、ジャレコ「天聖龍」、セガ社「テトリス」、タイトー「チェイスHQ」、テクモ「忍者龍剣伝」、データ「アクトフェンサー」、ナムコ「ウイニングラン」、日物「クレイジークライマーII」。

二日目十時から代表プレイヤーにより（メーカー協賛ゲーム機五十台使用し）再び予選開始。八分間で各機種の一定得点を超えた者が決勝へ進む。決勝は「予選通過者に公平な抽選で決めた決勝機種」で行なわれ、第一次決勝戦で上位四名を選出。第二次決勝戦でさらに十五分間プレイし、第一次と第二次の合計得点により順位が決定される。

決勝進出者には全員、記念品としてオリジナルテレホンカードが進呈され、各機種ごとの優勝者および二位にはトロフィーと賞状が贈られる。なお優勝者は〝OAO公認のチャンピオン〟になるとされている。

業務用とFC用から

テクノス音楽集

アポロン音楽工業からCD版で

㈱テクノスジャパン（本社東京、瀧邦夫社長）開発の業務用およびファミコン用TVゲーム〝くにおくん〟シリーズのゲーム音楽アルバムが、アポロン音楽工業から六月五日発売となる。

タイトルは「くにおくん・サウンド・コレクション」で、これは業務用TVゲーム機「熱血硬派くにおくん」「熱血高校ドッジボール」と、ファミコン用で発売予定の「ダウンタウン熱血物語」を収録した十二㌢CD版（二千八百八十円）。うち業務用二曲はすでに発売中のCTをCDアルバム化したもの。

なお「ダウンタウン熱血物語」のみを収録した八㌢ミニCD（千九十円）とCT（九百十円）も同時発売となる。

CD「くにおくんサウンドコレクション」

セガ社、カード玩具と

文字通り変化球

コンシューマー向けに製品

㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、中山隼雄社長）から、カードタイプの玩具「カードパワー」と、変化球を楽に投げることができるボール「変化球王」がこのほど発売となった。

「カードパワー」は従来の「カードメイト」を名称変更したもので、新たに四種類を加え、従来のもの六種類のうち四種類をそのまま新シリーズに含め、今回八種類が四月二十三日発売となった。また価格は、好評となっていることからいずれも五百円（従来七百八十円）。

新たに加わったのは、戦闘機が飛び出す「エアロホーク」、船を走らせる「ホバークラフト」、文具をロケット発射に見立てた「ボーイズギア」、ガイコツが光る「スケールトン」。なお同社では同玩具に採用できるアイデアを公募している。

「変化球王」はボールの側面に突起物が十八個付いており、これが空気抵抗を受けることにより、普通に投げるだけで曲がるというもの。通常の硬球より少し小さく、ラテックス材を使用。色は四色ある。五月一日発売で価格は一個二百円。

セガ社玩具「変化球王」（上）と「カードパワー」8種類

タイトーが各地で
カラオケ機器展
AV営業本部が全国展開

㈱タイトー（本社東京、長谷川桂祐社長）では同社扱いの業務用カラオケおよびその関連機器などを集めた「オーディオ・ビジュアル（AV）機器総合発表展示会」を、四月十八日、東京・飯田橋のホテルエドモンドで開いたのを皮切りに、六月中旬まで全国主要都市七カ所で順次開催している。

同社では「カラオケ市場は従来の飲食店からAM施設、ボウリング場、その他レジャー施設や福祉施設、各種サークルの場などへ拡大し、客層も高校生から老人に至るまで幅広くなっている」とし、こうした状況に対応するため四月に「AV営業本部」（田辺勝彦本部長）を発足させ、「よりきめ細かなサービスを提供していく」としている。

同展示会を各地で展開することになったもので、パイオニア、ビクター、ソニー、日光堂、東芝EMIの五社が協賛した。

東京会場には、飲食店関係業者ら約三百人が集まった。CD、LD、VHD採用の業務用カラオケの最新機種を中心に、LDやCDのジュークボックス、カラオケカードシステム、最近増えつつあるカラオケボックスのほか、家庭用LDカラオケ、またギター演奏ロボット「弦遊」なども紹介され、多彩な展示内容となっている。

なお同社のカラオケのレンタルロケーションは現在、全国に約一万五千カ所あり、うち約五千台にカードシステムを採用している。またカラオケ本体の販売台数は約三千台とのこと。

同展示会は東京に続いて四月末までに仙台、札幌、五月に松本（長野県）と名古屋で開かれた。六月には広島、福岡、大阪の順で開催される。

タイトーの「AV機器総合展」（東京会場）のようす

PCエンジンも
米国で今秋発売

日本電気ホームエレクトロニクス㈱（本社東京、村上隆一社長）はこのほど、同社の家庭用TVゲーム機「PCエンジン」の米国版「ターボグラフィックス16システム（TGX16）」を今秋、米国で展開を始めることを明らかにした。

これは米国のNECホームエレクトロニクスUSA社を通じて販売するもので、CDつきのTGXCDも同時展開する。

タイトーが機構改革
統括本部内に5本部

㈱タイトー（本社東京、長谷川桂祐社長）では四月一日付で、機構改革およびこれに伴う異動を行なったことを、このほど明らかにした。

それによると今回の機構改革は、①営業統括本部（大植正道専務が本部長）内の五つの本部を再編、②これに伴い営業所までAO（アミューズメント・オペレーション）営業部とAV（オーディオビジュアル）部門をタテ割りに分けた、というもので、その他の部門での異動はない。うちAV部門はカラオケ営業部門。

営業統括本部のもとでの五つの本部は次のとおり。AO営業本部（大植本部長が兼任）、AV営業本部（田辺勝彦常務が本部長）、海外事業本部（鈴木実取締役が本部長）販売事業本部（大植本部長が兼務）、CP（コンシューマープロダクト）事業本部（松高誠三取締役が本部長）。

うち販売事業本部には販売事業部（津留崎正部長）と特機事業部（高橋稔部長）があり、CP事業本部にはCP事業部とCP海外事業部がある。

ほとんどは機構改革に伴う役職名の変更だが、国内および海外の業務用販売部門を担当してきた鈴木氏が海外の業務用専任となり、第三（中部・近畿地区担当）営業部長だった津留崎氏が国内販売を担当することになった。

論潮
「テトリス」

「テトリス」の業務用は、サラリーマンをゲーム場に呼び戻し、客層は再び厚くなってきた。いいゲームが現われると状況が好転する、ということを「テトリス」はその現実で示してくれる。これは言いかえれば、AMゲーム市場の動向がその開発によって左右されることに他ならない。いくら「接客」サービスがよくても、ゲーム自体が面白くなければ、プレイヤーはつかないのである。

ところでAMゲーム機の開発を行なうメーカーの多くは、家庭用市場への傾斜を深めているのが現状で、業務用の開発が低滞するおそれがいぜんとして強い。メーカーとしては確実に製品を売り切れる市場のほうに魅力を感じるのは当然で、競争の激しい業務用を苦労して売るのにはどうしても消極的とならざるをえない、ということか。

とくにマスクROMの慢性的な不足は、メーカーに深刻な影響を与えている。これは二年ほど前から続いている現象であるが、メーカーがせっかく開発を終えても、製造がタイミングよくついていかないからだ。このため販売予定数はごく絞られたものとならざるをえず、これはそのまま製造コストの上昇につながる。その結果、過剰に出回ることが少なくなり、基板代が高めでもそこそこのオペレーション収入が得られることになる（もっとも売上げがよいかどうかはゲームによって異なる）。

「テトリス」家庭用の許諾をめぐる訴訟の意味は大きいが、これが業務用に飛び火しないという保証はなにもない。日本のオペレーターで業務用「テトリス」を知らない者はほとんどいないと思うが、その著作権の許諾関係を説明できるオペレーターも少ないのではないか。これらのTVゲームは視聴覚（オーディオビジュアル）著作権を含むものであり、オペレートするにもその権利関係がからんでいることを知って損はない。身近かな問題としてこの訴訟をとらえると、少しは未来が見えてくるかも知れない。

サンリツ電気で
重田氏が社長に
4月5日付で阿久津氏会長に

サンリツ電気㈱（本社神奈川県相模原市）の社長に、㈱ジャレコの前取締役の重田守氏が就任した。四月五日付のトップ異動で、阿久津昌雄社長は会長になった。

同社は業務用および家庭用のTVゲームの開発メーカー。代表取締役社長だった阿久津氏は取締役会長となり、新たに重田氏が代表取締役社長となったもの。

重田氏はアイレム、岐阜特機を経てジャレコに入社、六十二年六月から取締役開発部長。今年三月二十日付で退任していた。今回の社長就任について、重田氏は「以前から阿久津氏と懇意だったことによる」と説明している。

社名変更

メキシコ（旧・メキシコゴラク）＝群馬県高崎市中尾町七六七の五、☎（〇二七三）六三－九〇〇〇、吉村敬一郎社長。

事務所移転

㈱タカノリース＝東大阪市衣摺五の十四の五、☎七二八－三七〇一、高野幸雄社長。

回復への兆し 遊園地は好調

「レジャー白書89」

日本人の余暇活動および余暇関連産業の現状分析、今後の見通しなどについて、昭和六十三年の調査結果をまとめた「レジャー白書89」が、(財)余暇開発センター（事務局東京、佐橋滋理事長）から四月二十六日発表された。それによると余暇市場全体の規模は大幅に伸び、ゲーム場分野の市場は、新風営法施行（六十年）後三年連続して下降線をたどってきたのが上昇に転じており、遊園地は依然好調であることが明らかになった。本紙ではAM業界関係に絞って、同白書の内容をまとめた。

「レジャー白書」は、余暇開発センターが余暇に関する調査研究をまとめ、昭和五十二年以来、毎年この時期に発表しているもので、今回で十三回目となる。

余暇活動について同白書では①スポーツ（二十七種目）、②趣味・創作（三十種目）、③娯楽（二十種目）、④行楽・観光（十二種目）――の四部門八十九種目に分類しており、ゲーム場関係は「ゲームセンター・ゲームコーナー」として娯楽部門に、遊園地は行楽部門に入っている。

余暇市場全体の概況については、六十三年の市場規模が五十八兆八千八百五十億円となり、前年の五十四兆五百九十億円に比べ八・九%増と、近年にない大幅な伸びを示している。

六十三年の国民総支出（名目）は三百六十六兆四千六百九十一億円（前年比六・二%増）で、余暇市場はその一六・一%（前年一五・七%）に当たり、また民間最終消費支出（名目）は二百九兆三千二百九十四億円（前年比五・三%増）で、その二八・一%(前年二七・三%）を占めており、余暇市場は着実に拡大してきていることがわかる。

余暇活動への参加動向については、参加人口の多い種目は従来と変わらず、一位は外食（日常的なものは除く）で六千二百二十万人と初めて六千万人台に乗り、二位はドライブで五千五百七十万人、三位は国内旅行で五千四百三十万人となっており、いずれも前年より増えている。

同白書では「六十二年から六十三年にかけて経済は力強い上昇を続け、その結果、個人消費も好調に伸び、余暇活動への参加も活発となった」とし、娯楽分野では「飲食を伴うレジャーが伸び、プールバーやディスコなど都市型レジャーも好調活発」、また「リゾートブームや大小の地方博開催により、行楽は久々のブームとなった」と分析。

そして全体の動向を天気に例えて「映画館は六十一年から雨が降り続き、一部ボウリング場などは雨まじりとなったが、平成元年は映画館を除くと晴れのところが多く、経済の好調もあり天気が崩れる心配はないだろう」と予想している。

女性客が増加したゲーム場 ファミコンはマニア化傾向

ゲーム場の市場については、これまでの推移（**左下のグラフ**参照）を見ると、五十九年まで堅調に伸びてきたのが、六十年に新風営法施行により一五%もダウンし大打撃を受けた後、六十一年も一四%減、六十二年〇・四%減と三年続けて縮小の一途をたどってきた。しかし六十三年は二千五百七十億円（前年二千四百億円）、前年比七・一%増と、ようやく回復の兆しが見え始めた。

同白書では「新風営法施行以前の水準に戻りつつある」としているが、ここ十年間のピークであった五十九年の三千五百二十億円には及ばない。しかし同白書は「ファミコンなど家庭用TVゲームの普及により、TVゲームに対する一般の意識は高まり、潜在的需要層は拡大しているとも言える」と分析しており、今後の伸びが期待される。

ゲーム場の参加人口の推計は千二百十万人（前年千百五十万人）、年間一回以上参加した人の割合を示す参加率は一二・二%（同一二・〇%）、年間平均参加回数は一二・四回（同一〇・八回）と、いずれも前年を上回り、ゲーム人口とゲーム場へ足を運ぶ回数が増えている。また使う費用は一回当たり平均七百円（前年六百七十円）、年間八千七百円（同七千二百円）となっている。ここ数年間、市場が縮小し参加人口も減ってきたが、ゲーム場で使う一人当たりのお金は年々少しずつ増えてきている。

参加人口を男女別、年代別に見たのが**次ページ左のグラフ**で、男女の割合は約七対三でやはり男性のほうが圧倒的に多いが、前年に比べると女性層が一三%増加しており、とくに十代の女性客が大幅に増えたのが目立つ。推計人口は男性八百十八万人、女性三百九十二万人となる。年代別では、十代と二十代で過半数を占めており、各年代とも前年より増えている。

なお参加人口を都道府県別に見ると、東京が最も多く、次いで埼玉、大阪、岐阜、愛知、神奈川、北海道、千葉……の順になっている。

一方、家庭用TVゲーム市場については、前年はファミコン本体の需要が一巡したためか、それまでの急成長がダウンしたが、六十三年はまた回復し市場規模は三千九十億円（前年比八・八%増）となっている。

同白書では「一時期の勢いが去った感もあり、ソフトの年間販売本数も三千万本程度に落ち着いている。うち『ドラゴンクエスト3』が三百四十万本も売れたのが特筆される。一方、半導体不足の影響で人気商品でも思うように供給できない面も出ている。今後、注目されている『スーパーファミコン』の人気度とその性能を生かしたソフトの登場が、市場の行方を左右しそうだ」と分析。

家庭用分野の参加人口は二千百六十万人（前年比一二%減）、参加率は二一・八%（前年二五・二%）といずれもダウンしているが、年間平均活動回数は約三十五回（前年三十回）と大幅に伸び、娯楽部門ではトップ、全種目中十位にランクされている。年間平均費用は九千三百円で前年と同じ。参加率がダウンし回数が大幅アップしたことについて同白書は「やる人は熱心にやるというマニア化の傾向を示すもの」と分析し、「ファミコン通信など新しい利用方法も生まれ、この面での今後の展開が注目される」としている。

その意味で興味深いのは、五十代以上の男性の参加率が前年比約二倍と大幅に増えていることだ。なお女性の参加率は各年代とも下がっている。

余暇市場の推移（昭和59年〜63年）

（単位：億円）

	59	60	61	62	63年
ゲームセンター・ゲームコーナー	3,520	3,000	2,500	2,400	2,570
家庭用TVゲーム・ゲームソフト	2,110	2,670	3,750	2,840	3,090
遊園地	2,580	2,630	2,750	2,870	3,140

ゲーム場の市場好転

低迷状態から家庭用安定、

余暇開発センター調べ

性・年代別余暇活動参加率の特徴（昭和63年）

（単位：%、各年代左：男、右：女）

ゲームセンター・ゲームコーナー

全体	男女		10代		20		30		40		50		60以上	
12.2	16.7	7.9	45.1	23.2	43.7	16.3	18.4	10.0	8.2	3.2	3.6	1.0	1.0	0.4

家庭用TVゲーム

全体	男女		10代		20		30		40		50		60以上	
21.8	26.7	17.0	68.3	40.0	45.6	28.5	31.2	24.3	23.1	10.2	13.3	3.1	3.9	5.2

遊園地

全体	男女		10代		20		30		40		50		60以上	
35.7	34.1	37.3	30.9	61.4	44.1	52.9	58.8	61.0	38.0	25.0	11.7	16.7	17.0	12.3

遊園地分野は毎年堅調な伸びを続けており、市場規模は三千百四十億円、前年比九・四増と拡大。参加人口は三千五百三十万人、参加率は三五・七%、年間平均費用は一万八千八百円で、これらは前年とほぼ変わらない。年代別では男女とも十代と二十代が微増、三十代以上が減っている。

同白書では遊園地について「市場を左右するのは何といっても、その三分の一を占める東京ディズニーランド（TDL）。六十三年もTDL人気が相変わらずで、入場者数千三百万人（前年比一三%増）を記録した」と説明。また「TDLはテーマパークと呼ばれるが、リゾートブームも手伝って新日鉄の『スペースワールド』やサンリオの『コミュニケーション・ワールド』など、全国各地でさまざまなテーマパークが計画、建設中である」とし、これを〝テーマパーク・ブーム〟と見ている。そして遊園施設の目立った動きとして「六十二年の巨大迷路ブームに代わって、六十三年はウォータースライダーの設置が増え、ウォーターパークが人気を呼んだ」と解説している。

なお地方博については遊園地部分には含まれておらず、種目が別扱いとなっている。地方博のみの市場は「国内旅行」の中に含まれているので明らかではないが、参加の実態は集計されている。それによると参加人口は二千七百三十万人（前年比一三・七%増）、参加率二七・六%（前年二四・六%）でいずれも増加し、男女別では女性のほうが多くなっている。

業者の見通しは明るい状況 AM業界は今後安定成長へ

同センターでは以上の調査とともに、余暇関連業者を対象とした経営動向についても調査し、事業所サイドから見た動向を「業界天気図」としてまとめている。

それによるとゲーム場については、オペレーター上の事業所百三十ヵ所(前回百十六ヵ所）を調査。前年は利用客数、利益、収支状況がいずれも雨もようの◑（六〜二九%減）、売上げが曇りの⦶（五%減〜九%増）だったのが、すべて晴れの〇（一〇〜二九%増）へと好転した。前回調査で六十三年の見通しが◑あるいはそれ以上に悪くなるとされていたが、オペレーターの予想を覆して好成績を収めたようだ。総合判断としては〇で、平成元年も〇を維持するという見通しになっている。

なお家庭用分野は調査対象に入っておらず、とくに触れられていない。

遊園地については百四十九ヵ所（前年百一ヵ所）を調査。売上げが前年に続いて〇を維持したが、利用客数と利益は前年の〇から⦶へ減少し、収支状況も前年と同じ⦶で、総合的判断としては前年の〇から⦶へダウンしたという回答結果になっている。

しかし平成元年の見通しでは、利用客と売上げが◎（三〇〜一〇〇%増）、利益が〇へと好転するもようだが、収支状況は相変わらず⦶、総合的には〇で好調と見ている。

同白書では「業種別ではアスレ・ヘルスクラブと旅行業、ゴルフ練習場に次いで、遊園地が強気の見通し」としている。

また今後続けたい、あるいは希望する余暇種目に、遊園地が初めて女性の部で十位に顔を出しており、今後女性の参加の伸びが期待されている。

なお今回の白書では、休暇の過ごし方に関するレポートも載せている。

レジャー白書の調査方法

毎年「余暇活動に関する調査」を行ない、国民の余暇活動への参加実態を時系列的に集計しているもので、昭和63年の調査は12月に実施された。

調査対象は全国の15歳以上の男女4,000人で、有効回収数は3,172（回収率79、3%）だが、自治省編「住民基本台帳に基づく全国人口動態表」により修正し、集計上の有効回収数は3,379となっている。

調査内容は89種目の余暇活動について、年間1回以上参加した人の割合（参加率）とその人口（参加率に63年12月現在の総務庁推計による15歳以上の人口9,901万人を掛け合わせて推計）、年間活動回数とその費用の平均、ある余暇への参加希望率など。また余暇市場（売上高の推計）は各種統計データや業界へのアンケートなどをもとにまとめている。

ヨーロッパAM通信

ミラノフェアの運営に強い不信

それでも活発なイタリアの業界

by Mary Openshaw
44, Quai du Commerce (Box 00)
1000 Bruxelles/Belgium

【本紙特約ヨーロッパ駐在通信員、メアリー・オープンショー】ヨーロッパの自動娯楽機業界にとって、イタリアのミラノフェアは長年、重要な役割を果してきており、その特別に設けられたAM機セクション（区画）には、イタリアの業界からはもちろん、イタリア以外からも業者が多数訪れた。

しかし「ミラノフェア」は、今では人気下降気味ではあるが、総合見本市であって、各国からいろいろな種類のものが出品されるだけでなく、一般入場者に開放するという伝統がある。この一般開放は、ミラノフェアに来た何千人もの若者たちがゲーム機に群がることから、AM機セクションの出展社にとってはかえって迷惑なことだった。従って、オペレーターに対するサービスとしてゲーム機を出品してきた出展社にとって、メリットはほとんどなかった。このため、活発な活動で知られているイタリアのAM機業者団体のSAPARは何年も前から、AM機セクションを一般公開しないよう求めてきた。

結局SAPARは、このショーに先立つ一ヵ月前にリミニで「エナダ・プリマベーラ」（三月二一五日）を開催し、これは大いに盛り上がり、大成功を納めた（本紙第355号既報のとおり）。「エナダ・プリマベーラ」は当然ながら、一般開放とせず、保護者同伴でない十八歳未満の者の入場を禁止していた。

この業者だけを対象とした〃春のショー〃の成功が伝えられたことから、「ミラノフェア」（今年は四月十五—二十三日）の主催者側は突然、今回から「ミープレイ」（英語の言い回しでは「マイプレイ」となる）という従来と異なる特別のセクションとすることを、発表した。「ミープレイ」は独立した区画として壁で囲み、この区画のために特別のガイドブックを作るなど、いろいろ配慮する、とのことだった。

イタリアはメーカーが多くいるし、そのうちのいくつかが「ミープレイ」に出展するかも知れないというニュースが伝わるや否や、（出展を断念していた）多くのメーカーなどが出展を決めた。結局「ミラノフェア」は伝統的なものだし、外国からも人が来るだろう——と考えられたのである。こうして五十三社が、例年の会場で小間を持ったことになる。

しかし、「ミープレイ」セクションはこれら出展社に対してひどい失望を味わせるものとなった。囲いはいい加減であり、何千人もの若者たちが次々入り込んで一杯になった。外国からのビジターはほとんどなく、イタリア国内からの業者もわずかだった。そして特別のガイドブックなどは、もちろんなかった。

「ミープレイ」

出展社の多くはこうして失望を味わったが、それでもこのセクションには面白いゲーム機があった。出品機の中で最も人気の集まったのは「カジノ・ストリップ」だったが、これはレーザーディスクによる画面で〃カバーガール〃がストリップしていくという要素を加えたTVポーカーで、だれもが面白がっていた。

このTVポーカーは米国のステータス・ゲームズ社が開発したもので、ヨーロッパでは英国のインチトーン社が許諾を受けて基板とディスクを輸入し組み立てている。今回のショーで出品するためミラノへやってきた同社のブライアン・スリフト氏は、その大きな反響に喜んでいると語っていたが、かれらはこの業界では新参者である。

「カジノ・ストリップ」が展示されたのは、実はテクノプレイ社の小間である。同社はイタリアの中にある小さな独立国、サンマリノに本社があり、マリオ・ザッカリア社長は業界では有名だ。同社はフリッパー、その他アーケード機のメーカーであるが、最近はディストリビュートも行なっている。同社も「カジノ・ストリップ」の成功に気をよくしていた。同社の小間では、やはり英国製のジュークボックス「アーバイター」が光っていた。かなり注目を集めたテクノプレイ社はこれらの機械の販売（ディストリビューション）に力を入れていくもようだ。

実際「ミープレイ」ではジュークボックスが大変目立っていた。西独NSM社のジュークボックスを輸入しているイタリアのペドレッチ社とナタル・サレーノ社の二社の小間は重要なものとなった。ヨーロッパではAM機をロケーションオーナーに直接売ることはほとんどなく、業界人の多くはそういう販売方法を嫌っているが、これら二つの会社はジュークボックスをロケーションオーナーに直接売っている。かれらにすれば、こうしなければうまくいかなかった——ということになる。アフターサービスは完備しており、ディスクのタイトル供給を含め、すべてうまくいっているとのことである。ジュークボックスについては近年、独立したものと考えられているようだが、ゲーム機だとこううまくはいかないだろう。

もうひとつ、注目されたジュークボックスがある。ミッドコイン社が出品した「ミッドコイン・ミニCDジューク」である。これはイタリアで開発されたもので、最高級品のフィリップ社製メカ

右側上の写真はネグロ社の小間にて（左から、タイトーの鈴木実部長、ネグロ社のマリオ・ネグロ社長、タイトー・ヨーロッパ社のフラークス社長。下の写真は一般客であふれているようす

を採用している。壁かけ型は六枚のCDを内蔵しているが、曲目数は多く、また機械の値段も安いのが評判となっている。

ボウリング用機器の販売を専門にしているマルシーリオ社は、最近電子ダーツ機を取扱っており、西独ローエン社から仕入れている。電子ダーツ機の販売は、イタリアでは遅れてスタートしたが、現在好調である。こういう製品では、オペレーターにはなじみのないプロモーション活動が是非とも必要となる。マルシーリオ社はプロモーションを奨励した上で販売に力を入れたところ、よく売れることになった。

ネグロ社の勢い

さて、人気のある最近のTVゲーム機については、モンディール社とネグロ社がそれぞれ出品した。うちモンディール社はナムコ、テクモ、米国任天堂などの製品を出品した。ネグロ社は大きな小間で、タイトーの一連の製品を出品したが、これは許諾を得てイタリアで組み立てているものである。タイトー本社の鈴木実部長、タイトー・ヨーロッパ社のグラント・フラークス社長が小間に来ており、フラークス氏は「最新ゲーム二機種を初夏に出荷する」と語っていた。

フリッパーの人気下降は「ミープレイ」の中でも明らかだった。ここでは米国製が二機種しか出品されていなかったのである。だがフリッパーの人気には浮き沈みがある。本当に人気のある機種が出ると、またヒットすることになるからだ。

プールテーブルやビリヤードなどはヨーロッパで人気が高まりつつあり、このショーでもずいぶん出品された。

イタリアで人気が出ているゲーム機に、硬貨作動式のバスケットボールがある。メーカーは五、六社あるようだが、製品としては大きなゲーム場に向いており、屋外でも使用できそうだ。

「ミープレイ」ではAM機のさまざまな部品も出品されていたが、特にTVゲーム機のキャビネットが目立った。ハンタレックス社の小間は素晴しく、最新のモニターを詳しく披露した。ハンタレックス社は、ソ連に会社を設立するというビッグニュースを持っていた。

ハンタレックス社はモスクワに子会社を設けるが、その持株比率は六二%だと言う。ソ連内でこれほど外国企業が大きな持株比率を占めるものとしては、ヨーロッパで最初の例だとされている。

世界中で同社のモニターは知られているが、同社はコンピューターの製造も手がけている。当面ハンタレックス社の製品はソ連が輸入し、二、三年後には現地生産を開始する予定だ。同社のマーケティング担当、ピットーリオ・ガララーチ部長は「AMゲーム機の生産も考慮している」と語っている。つまり同社は、他のメーカーとの話がまとまればソ連でのゲーム機生産も行なうことを計画している。これは大きな前進だ、と言うことができる。

見本市のゆくえ

さてそれで、「ミラノフェア」は今後どうなるのか。毎年、次の年のスケジュールが決まっていたのに、来年の予定はまだ決まっていない。ただ「ミラノフェア」の全体的な性格は、国際色を薄め、消費者が直接手にする商品を中心としたものへと、変更していくようである。しかし、AM機区画のほかの展示場では人が入っていない。

このように大きな総合見本市を開催する時代は完全に終った。専門的なトレードショーの開催が望ましい——というのが真相ではないだろうか。「ミラノフェア」会場には多くのものがあるが、その未来は今のところまったく予測できないのである。

左側上の写真はマルシーリオ社の小間でマルシーリオ社長（中央）とローエン社のモジンガー氏（左）。下の写真はパーツ専門のスミーグ社のボシオ社長（右）とフランスの業者、タスト氏

右側上の写真は「カジノ・ストリップ」とともにインチトーン社のスリフト社長（左）とテクノプレイ社のザッカリア社長。下の写真はハンタレックス社のガララーチ部長（左）とバジアニ氏

解説　AM機と賭博　ヨーロッパでは明確

AMゲーム機と賭博遊技機の区別はヨーロッパ各国でどのようになっているか、を調べることは大変興味深いことであるが、実際には言葉の違いを含めて大変厄介な作業である。幸い各国の言葉を操ることのできるメアリーがいることから、だいだいのことはわかってきた。

つまりヨーロッパ各国で、AMゲーム機と賭博遊技機の区別ははっきり行なわれていることが、ほとんど確実である。ただ明らかでないのは米国でも問題視されているTVポーカーなどの〃灰色機〃の扱いだけである。

フランス、イタリアでは賭博遊技機は認められない。AMゲーム機だけが自由にオペレートできる、というクリーンな環境にある。ただしフランスのリゾート地にあるカジノ（厳しく管理されている）にはスロットマシンの設置が認められている、という例外がある。

英国、西ドイツ、スペイン、オランダなどでは一定の条件のもとで賭博遊技機のオペレートが認められており、実際活発に営業している。英国は回胴式（スロットマシン型）、西ドイツは回転盤式（ロタミント型）という違いがあるが、現金を投入して遊技し、当たれば現金が払い出されるというもの。英国、スペインではストップボタンが付いているが、技術介入性はほとんどない。北欧諸国も現金支払い式の賭博遊技が盛んである。

しかしフランス、イタリアなど以外では、AMゲーム機と賭博遊技機は同じ業者が扱っている。このため誤解されることが少なくない。

A-CARBINE
SHOOTING SPACE OF AIR SOFT GUN PRESENTED BY TAITO CORPORATION

エアーガンを業務用に改良
「A・カービン」
タイトー「P&P横須賀店」で正式オープン

上の写真はタイトー直営ロケ「P&P横須賀店」内の一角に設置された「A・カービン」コーナーにて。下はプレイヤーが使用する銃、エアーチューブ付弾丸カートトリッジ、ゴーグル、弾丸ケース

「A・カービン」のプレイ中のようす（左）。背後にスコア記入用の机とイスを設置（下）。

㈱タイトー（本社東京、長谷川桂祐社長）では、神奈川県横須賀市の同社直営ゲーム場「P&P横須賀店」内の一角に、エアーガンを使ったシューティング施設「A・カービン」を昨年十二月二十四日からテスト的に設置、運営していたが、このほど改良を加え三月二十一日正式にオープンした。

同店はJR横須賀線衣笠駅から徒歩で約十分のところにあるレジャービル「プラザV」の三階全スペース（約二千平方㍍）での運営。ゲーム機約八十台を設置したゲームコーナー（約六百六十平方㍍）とビリヤードコーナー（二十四台設置）に分かれており、「A・カービン」はビリヤードコーナーの一角（約百平方㍍）に設置されている。なお同ビルにはこのほか、ボウリング場やバッティングセンター、パチンコ店、飲食店などが入っている。

「A・カービン」は当初、市販の銃をそのまま使い、風船や発砲スチロール製の的を破壊するというものだったが、同社では、市販の銃は使用の激しい業務用には耐えられず、的を壊すだけでは客の継続性が低いため、今回銃の部品や構造、的の材質を見直して全面改良を加え、独自のルールも採用して再オープンした、としている。

10秒プレイ5回で300円　今後直営店への展開も

同施設は五㍍先の的を狙撃するもので、四台設置され、各台は幅一・五㍍で仕切られており、一台を〝レーン〟と呼んでいる。銃は市販のエアーピストル〝ハンドガン〟を改良したもので、弾丸は硬質プラスチック（BB）弾を使用。的は十㌢四方の硬質プラスチック板で五個並んでいる。

プレイヤーは弾丸（十一発）をカートリッジに込めて銃にセットし、その下部を備え付けのエアーコンプレッサーに接続する。防護用ゴーグルを付けた後、足元のボタンを踏むと、倒れている的が起き上がり、ゲーム開始。

的台と射撃席上部にデジタルタイマー（百分の一秒単位）が表示され、十秒からカウントダウン。タイマーがゼロになるまでに的を全部倒すと、タイマーが止まる。プレイヤーはそのタイムと、タイムに応じて設定された得点（最高百二十点）をスコアカードに記入。これを一回として五回挑戦で一ゲームとなっており、五回の合計得点を競う。全部を倒せずタイムオーバーになるか、弾丸がなくなると得点はゼロ。

利用料金は一ゲームで大人三百円、高校生以下二百円。また自分の銃（発射用ガスボンベとも）を持ち込んだ場合は二百円。料金は後払いで、レーンごとの利用ゲーム回数はコンピューターに記録され、受付けでわかるようになっている。なお初心者にはインストラクターが付いて銃の使い方などを教え、数回無料で試し撃ちをさせている。

同店の宮田店長は「ゲーム内容が簡単な割りには奥行きが深く、スポーツ性もあることから、客層は小学生から四十代の大人までと幅広く、女性客も多い。マニアなどは長時間プレイしている。また新規の客も増えており、常連となる者も多い。さらにゲームコーナーやビリヤードとの相乗効果も期待できるような状況になってきている」としている。

また今後、「A・カービン」の競技大会の企画、銃の種類を増やすことやエアーガンおよびその関連商品の販売なども検討するとのこと。

なお同社では、最近のエアーガン市場の伸びを見ながら、今後も同社直営ロケに「A・カービン」の設置を進めていく予定としている。

海外の話題

INTERNATIONAL AMUSEMENT NEWS

9月、ラスベガスで開かれる

AMOA89の出展募集

今年は昨年を上回る525小間を見込む

全米AM機オペレーター協会、AMOA（アミューズメント＆ミュージック・オペレーターズ・アソシエーション、事務局シカゴ、クライド・ナップ会長）は四月上旬、今年のAMOAエキスポ（九月十一―十三日、ラスベガス・ヒルトンホテル）の出展案内を配布した。長年AMOAエキスポはシカゴで開かれてきて、今回初めてラスベガスで開催するが、〝ジュークボックス百年記念〟の行事のほかは、出展申し込みなどこれまでと同じ要領で進めていく、としている。

AMOAエキスポ89はラスベガス・ヒルトンホテル内の展示場（つながっている「センター」と「パビリオン」の両会場を使用）に、十ﾌｨｰﾄ×十ﾌｨｰﾄの小間（今回はサイズが完全に統一された）が約五百五十小間用意されている。AMOAでは、昨年のエキスポが約百八十社出展、五百十三小間使用したことから、それ以上の五百二十五小間の使用を見込んでいる。スペースには余裕があり、これまでのエキスポ展示会場より運営面で楽になる。また同一フロアなので、出展社や来場者にとっても便利になる。

ちなみに出展料は平方フィート当たり十二ドル（AMOAの会員なら九ドル）で、一小間（約九・三平方ﾒｰﾄﾙ）千二百ドル（会員は九百ドル）。六月三十日までに三〇％の前金支払いとともに申込書を提出する。七月一日以降は全額前払いして申し込みを行なう――という方式。申し込みに際しては、詳しいルールを掲げている「出展規則」を必らず読んだ上で行なうよう求めている。なお「出展規則」では、ギャンブル機器の出品制限、同じホテルの客室での出品制限についても細かく記述している。これらのルールは日本のAMショーなどについても大いに参考になると思われるが、参考にしたという話は聞いたことがない。

今年は〝ジュークボックス百年記念〟のため、AMOAエキスポ開催に伴なう、多彩なタレントによるショーなどが企画されている。

AMOA Expo '89
September 11-13, 1989
Las Vegas Hilton
LAS VEGAS

The Amusement & Music Operators Association International Exhibition & Seminar for the Coin-Operated Amusement, Music & Vending Industry

アメリカンテクノス社が

TW社を相手に訴訟

NES用「ダブルドラゴンII」の許諾の有無めぐり

米国ではアタリゲームズ／テンゲン両社と任天堂の間の訴訟が発展しているが、それとは別にテクノスジャパンのTVゲームをめぐる訴訟が表面化して、話題になっている。三月三日、テクノスジャパンの子会社であるアメリカンテクノス社（本社カリフォルニア州クパチーノ、岩本啓一社長）が、レーランド社と同一資本系列にあるトレードウェスト社（本社テキサス社コシカーナ、ジョン・ロウ社長）を相手どってカリフォルニア州サンノゼにある連邦地裁に訴訟を起こしたのである。

この訴訟は、トレードウェスト社が米国任天堂のNES（ニンテンドー・エンターテイメント・システム）用ゲームカートリッジを製造できる〝サードパーティー〟であり、テクノスジャパンの開発したTVゲーム「ダブルドラゴン」のNES版を展開しているが、「ダブルドラゴンII」についてまでもNES版を出す権利はトレードウェスト社にないことを明らかにすることを求めたもの。

話は複雑だが、NESソフトの〝サードパーティー〟としてはトレードウェスト社のほうがアメリカンテクノス社より早く、前者は後者の許諾を得て「ダブルドラゴン」NES版をすでに展開していた。しかし「ダブルドラゴンII」NES版まで許諾していない――というのはアメリカンテクノス社の言い分。トレードウェスト社はNES用として「ダブルドラゴン」の許諾を得たときにその続編の権利も含まれていた、と主張している。

こうしてトレードウェスト社がNES用「ダブルドラゴンII」の製造予定を発表してしまったことから、両者間の議論は法廷に持ち込まれることになった。アメリカンテクノス社のアルドー・ドナローラ副社長は、NES用「ダブルドラゴン」の許諾は八九年十二月末まで有効との事実を示し、「契約更新についての話合いなど考えていない」と語っている。

業務用「ダブルドラゴン」は米国では八七年六月、タイトー・アメリカ社から完成品として発売され大ヒットとなった。また業務用「ダブルドラゴンII」は八八年十二月に、ロムスター社とアメリカンテクノス社から発売されている。

さてもうひとつ訴訟がレーランド社（本社カリフォルニア州エルキャニオン、ジョン・ロウ社長）とテクノス社（日米いずれかは不明）との間に起こっているもようである。「リプレイ」の速報によると、レーランド社はテクノス社が業務用「スーパー・ドッジボール」のソフト（基板）をタイムリーに供給しなかったため、売れなくなってしまったとして、数百万ドルの損害賠償を求めてテクノス社を訴えた――とのことである。マーケティングがらみであることから、この訴訟は進めるのが難しいと見られている。つまり、このようなトラブルは訴訟に至らないことが多くあるからである。

香港　Bondeal Charts　九龍

5/6	4/29	機種名（メーカー名）	週数
トップ10ビデオゲーム			
1	1	テトリス（アタリゲームズ）	11
2	2	カプコンボウリング（カプコン）	24
3	3	カベール（TAD）	22
4	7	バッカニア（ドゥイトロニクス社＝スペイン）	5
5	4	タフターフ（セガ社）	11
6	6	スーパーゴルフ（大平技研）	4
7	8	イカリIII〔怒・III〕（SNK）	8
8	9	ニュージーランドストーリー（タイトー）	17
9	10	エースアタッカー（セガ社）	20
10	－	ビンジケーター（アタリゲームズ）	48
トップ5完成品ビデオ			
1	1	ハードドライビング（アタリゲームズ）	3
2	2	スーパー・オフロード（レーランド）	5
3	3	サイバーボール（アタリゲームズ）	3
4	4	チャンピオンスプリント（アタリゲームズ）	66
5	－	ストリートファイターDX（カプコン）	82

アタリゲームズ社が

第16回DB会合

フロリダのリゾート地で楽しむ

米国のアタリゲームズ社（本社カリフォルニア州ミルピタス、中島英行社長）は四月九―十二日、フロリダ州の南部のリゾート地、ネイプルズのリッツ・カールトンホテルを拠点に、恒例のディストリビューター会合を開き、「ハード・ドライビング」のアップライトと新ゲーム「エスケープ・フロム・ザ・プラネット・オブ・ザ・ロボット・モンスターズ」アップラットを披露した。これらは六月下旬にも出荷される予定となっている。

ディストリビューター会合は他社もいくつか開いているが、アタリゲームズ社の場合は今回が十六回目で、旧アタリ社の設立（七二年）の翌年から毎年開かれており、しかも毎回特徴を持たせた催しとなっていることで知られている。今回はメキシコ湾に面した暖かい海岸で〝ビーチオリンピック〟を催すなど、参加した同社ディストリビューターは大いに楽しんだもようだ。

会合では中島社長が役員異動を発表した後、新製品をメアリー・フジワラ氏が紹介した。役員異動については、リック・モロー氏が技術担当副社長に昇進し、ダン・バン・エルダレン氏はテンゲン社の開発担当副社長に移り、またライル・レイン副社長は〝特別企画〟部門担当になっていることが明らかにされた。

「ハード・ドライビング」アップライトは、もとの〝デラックス〟型がいぜん好調に出荷中だが、それとは別に製造されるもの。価格はデラックス型と比べ半額ほどになり、設置するのに必要なスペースが小さくなることから、デラックス型を買いたいが買えなかったというオペレーターに向いている。

新ゲームの名前はやたら長いが、「ロボット怪獣の惑星からの脱出」という意味で、二人同時に協力し合いながら進んでいくというTVアドベンチャーゲーム機（もちろん一人でも遊べる）。

国際ギャンブル機器展

今年もIGBE

日系メーカー中心の出展ぶり

米国ラスベガスのコンベンションセンターで二月二十二日から二日間、第六回「インターナショナル・ゲーミング・ビジネス・エキスポ」が開かれ、これに米国のギャンブル機メーカーなど百十社が出展、約四百小間を埋めた。二日間の登録入場者も三千六百人（八八年は三千人）となり、一段と大規模になった。

これはネバダ州やアトランチックシチーにある米国の大規模なカジノ（合法的賭博場）や、ヨーロッパやオーストラリア、中近東にあるカジノなどで使うギャンブル機と、宝くじシステムなどを一堂に集めたもの。日系の出展メーカーでは、シグマゲーム社、ユニバーサル・ディストリビューティング社などである。

話題のマシン

遺伝子増殖による奇怪生物を撃破
進化しつつ攻撃
データ「アクト・フェンサー」基板

アクト・フェンサー

奇怪な生命体を次々と撃破していくという内容のTVゲーム機「アクト・フェンサー」が、データイースト㈱（本社東京、福田哲夫社長）から五月十二日発売となった。

これは実験中の〝バイオ兵器〟の軍輸送機が墜落し、〝バイオ〟があらゆる生命体に寄生し突然変異や合成生物を発生させ出したため、軍は事態収拾に向け秘密兵器〝サイバックス〟を派遣した――という設定。サイバックス（プレイヤー）は一定条件で進化し形や攻撃方法が変わっていく。同社ではこれを「ダーウィン」「SRD」に続く〝進化型シューティングゲーム〟第三弾としている。画面はヨコスクロール。

プレイヤーは八方向レバーとショット、ジャンプの二つのボタンを操作。ジャンプボタンは押し続けるとロングジャンプし、降下中にレバーを上に倒すと降下速度が遅くなる。青ボールを取るごとに六段階まで進化していき、形が大きくなり攻撃も発射方向が複数になったり、弾道がいろいろと変わっていく。しかし一定時間が経過すると、逆に退化していくので注意を要するが、赤ボールを取ると退化していく速度を遅くすることができる。ただし敵に触れたり、敵の攻撃を受けたりすると、スタート時の形態に戻ってしまう。そしてその初めの形態になっている時に敵の攻撃を受けると、ゲーム終了となる。基板販売のみでOP価格十三万八千円。

「ウイニングラン」が
コンパクト型に
ナムコから「スタンダード」

㈱ナムコ（本社東京、中村雅哉社長）から、同社「ウイニングラン」の〝スタンダードタイプ〟が六月一日発売となる。

同ゲームはF1レースを採用したTVドライブゲーム機で、シフトに前進五速とバックギアを採用していることを最大の特徴としている。スタンダードタイプは、前作の体感式から動かないコックピット型キャビネットにしたもので、体感式でその下の台がないため、その分だけ設置スペースが小さくて済む。使用ブラウン管は体感式と同じ二十六㌅型。大きさは幅七十三㌢、長さ百七十九㌢、高さ百七十八㌢。

ゲーム内容と操作方法は体感式とまったく同じ。シフトのほかハンドル、アクセル、ブレーキを操作。初級（イージー）か上級（テクニカル）かを選択してスタート。F1の各種データが入力されており、状況に応じた運転テクニックが駆使できる。OP価格九十九万二千円。なおスタンダードタイプを数台並べて同時レースが展開できるようにする「通信キット」も後日発売の予定。

ウイニングラン（スタンダードタイプ）

映画もとに〝CPシステム〟5弾
交互に魔法と剣
カプコンの「ウィロー」基板

ジョージ・ルーカスのSFX映画「ウィロー」を採用した同名TVゲーム機が、㈱カプコン（本社大阪、辻本憲三社長）から五月下旬発売となる。

これはルーカスフィルム社から同映画のTVゲーム化に関する許諾を得て、映画のストーリーに忠実に作られたもので、〝CPシステム〟第五弾となる。画面はプレイヤーの動きに従ってヨコスクロールし、全部で六ステージ構成。同映画では小人の〝ウィロー〟と戦士〝マドマーディガン〟が主人公だが、同ゲームではステージにより二人が交互にプレイヤーとなる。ウィローは魔法、マドマーディガンは剣を武器として戦うため、ステージが変わるとゲームの性格も異なり、シューティングとアクションの二種類のゲームが楽しめる。なお各ステージの初めにストーリーの説明がある。

八方向レバーと二つのボタンを操作。攻撃ボタンを押し続け、パワーをためてから離すと、より強力になる。敵を倒すとお金が手に入り、途中で出てくるショップでお金の額に応じたアイテムが買える。アイテムは攻撃力を段階的にアップし、迫力のある攻撃が可能。各ステージでタイムオーバーになるか、パワーがなくなるとゲーム終了。基板販売のみでOP価格十九万八千円。なお同基板の下取り価格は九万五千円。

ウィロー

ウサギが消防士
ホープの乗物「チビッコ消防車」

バッテリーカー「チビッコ消防車」が、㈱ホープ（本社工場川崎市、小野定良社長）から三月上旬以降発売となっている。

これは車体にウサギを消防士にしたイラストが描かれた箱型の消防車で、二人乗り。作動中二曲（切替え）の童謡のメロディーが流れるほか、ハンドル中央部のボタンで消防車のサイレン音が鳴る。作動時間九十秒（切替え可能）。全長百十㌢、幅八十㌢、高さ八十八㌢。定価四十七万円。

チビッコ消防車

本欄に掲載の機械の価格は、すべて「外税方式」によるもので、消費税は含まれていない。

話題のマシン

〝メガシステム1〟第6弾
虫や魚など撃破
ジャレコ「プラスアルファ」基板

ファンタジックなTVシューティングゲーム機「プラスアルファ」が、㈱ジャレコ（本社東京、金沢義秋社長）から五月二十二日発売となった。

これは同社〝メガシステム1〟第六弾となるもの。自動的タテスクロール画面で、画面上部から現れる敵を次々と撃破していくゲーム。七ステージ構成で、ステージごとに風の国、海の国、花の国――と分かれており、敵は昆虫や魚介類その他生物などをモデルにしたもので、ユーモラスな動きや表情があることが特徴。八方向レバーと二つのボタンを操作する。

Aボタンで通常弾を発射するが、アイテムを取ると弾道が変わり、Bボタン（使用回数に制限がある）で画面上の敵を一掃できる。Ⓟを取ると広角発射、炎を吐いて敵を一掃。Ⓗはヘリコプターに形状が変わり、発射弾はいったん後方へ飛んだ後、方向を変えて前方へ飛ぶ。敵の一掃は衝撃波による。Ⓙは弾が蛇行して飛びながら、約五秒間前後の敵を撃破。このほか弾のパワーを段階的にアップさせるアイテムもある。巨大な敵（巨大ヤドカリ、蜂の巣など）を倒すとステージクリア。三機が破壊されるとゲーム終了だが、一定得点を得るごとに一機追加となる。基板販売でOP価格十六万八千円。なおROM基板は二十九日発売で七万八千円。

プラスアルファ

タイトーからWSフリッパー「ジョーカーズ」
カード遊び採用
TV機「マスター・オブ・ウエポン」基板も

ジョーカーズ

米国ウィリアムズ社製フリッパー「ジョーカーズ」が五月中旬、TV空中戦ゲーム機「マスター・オブ・ウエポン」が下旬に、いずれも㈱タイトー（本社東京、長谷川桂祐社長）から発売となった。

フリッパー「ジョーカーズ」はトランプの〝ポーカー〟をテーマとしたもの。プレイフィールド最上部に五枚のカードがあり、このカードは一定条件でボールが通過すると回転して絵柄が変わり、これによってポーカーゲームを進めるというのが最大の特徴。カード五枚の役によりスペシャルや得点などが得られる。また中央のターゲットから傾斜レーンを通してボールを二個ロックさせるとマルチボールプレイとなり、さらに傾斜レーンにボールを四回通過させるとジャックポットで高得点となる。三ヵ所のドロップターゲットを全部完成させると〝ミリオンランプ〟が点灯し、その後どこか一ヵ所のドロップターゲットを完成させると百万点が得られる。OP価格四十九万円。

TVゲーム機「マスター・オブ・ウエポン」は、第三次世界大戦後、異形生物の横行する地球上で、人類は生き延びるためにコンピューター〝ゴッドシステム〟の指示に従おうとしたが、これに反抗し自由を取り戻すため一人の少年が戦闘機に乗り、同システムと戦う――というもの。多彩なオプションウエポンを駆使するのが特徴。自動的タテスクロール画面。全部で六ステージの展開がある。八方向レバーと二つ（対空、照準付き対地バルカン砲）のボタンを操作。

敵はゴッドシステムが操る奇怪な生物や戦車など。対地砲はロックオン可能。途中で特定の敵やビルを破壊するとパワーアップやウエポンのアイテムが出現。パワーアップはバルカン砲が四段階まで強力になり連射も可能となるほか、スピードアップ、背後の敵にダメージを与えるバックファイアーなど。ウエポンは真下に発射し弾道を変える対地レーザー、爆裂で火の玉が飛び散るワイドボムや誘導弾が飛び出るガイドボム、画面上の敵を全滅させるボムなどで、それぞれ強力度を示すゲージがあり、二つのボタンを同時に押して使用。持ち機数がなくなるとゲーム終了だが、一定得点以上で一機追加。基板販売のみでOP価格十三万八千円。

マスター・オブ・ウエポン

宇宙戦「ヘルファイアー」基板
6つの惑星奪回
東亜プラン開発、タイトーから

㈱東亜プラン（本社東京、清本吉行社長）開発のTV宇宙戦争ゲーム機「ヘルファイアー」が、㈱タイトーから四月下旬発売となっている。

これは〝ギルド帝国〟に占領された六つの惑星を奪回するため、〝キャプテンランサー〟が空母から宇宙戦闘機〝ヘルファイアー〟を発進させ、敵および敵機などを撃破していく、というゲーム。八方向レバーと（ショット・発射方向選択の）二つのボタンを操作する。発射方向選択ボタンは押すたびに前方→後方→上下→斜め四方向と変わっていき、状況に応じて適切な発射方向を早く決めなければならない。画面は自動的ヨコスクロール。全部で六ステージあり、一ステージは三十エリアで構成されている。

場面は宇宙空間や惑星上、敵基地内などがあり、特定の敵や建物を破壊するとアイテムが出現。アイテムを取るたびに速度や攻撃パワーが段階的にアップする。また高得点や持ち機が一機追加されたりする。持ち機数がすべて破壊されるとゲーム終了。同ゲームには二人交互プレイと二人同時プレイの二つのバージョンがある。基板販売のみでOP価格十三万八千円。

なお従来タイトーから発売された東亜プラン開発TVゲームは、「達人」「飛翔鮫」「究極タイガー」「タイガーヘリ」「ダッシュ野郎」「ワードナの森」「スラップファイト」「ゲットスター」など数多くある。

ヘルファイアー

Tokyo Disneyland

TDL88年度入園者数

年間1,300万人 75%が再来園者

オリエンタルランドが入場データ発表

"第2次5ヵ年計画"で設置されるアトラクション。上は7月12日オープンする「スターツアーズ」、下は91年予定の「スプラッシュ・マウンテン」 ©The Walt Disney Company

東京ディズニーランド（TDL）を経営する㈱オリエンタルランド（本社千葉県浦安市、森光明社長）では、開園後六年間の入場者数その他のデータをまとめ、四月十七日発表した。それによると八三年四月十五日開園以来、今年三月末までの六年間に累計六千六百六十万人のゲスト（入場客）があり、六年目となるこの一年間では過去最高の千三百万人を記録、またゲスト一人当たりの平均消費額は七千八百円と増えたことなどが明らかになった。

TDLは米国以外では初のディズニーランドであり、日本にはこれまでなかった純粋のテーマパークとしてオープンしたもので、TDLの大成功により日本人の遊園地に対する考え方が大きく変わり、さらに既存遊園地や計画中のレジャーランドがテーマパーク指向を強めるなど、TDLは日本の遊園地・レジャー分野に想像以上の大きな影響を与えている。

同社ではTDLの大成功について「機械化という時代の流れの中で一万人に及ぶキャスト（従業員）を揃え、これと四半世紀を超える歴史に支えられ信頼されてきたディズニー・フィロソフィーが相まって生み出された〝本物の非日常性〟〝現実の夢の世界〟が、日本人の志向するところにピッタリ合ったことが、最大の要因」としている。

遊園地市場の3分の1

ゲスト数（四歳以上）については、八三年度が九百九十三万三千人（これは開園日から同社事業年度終了の三月末日までだが、開園前十五日間のプレビューでの招待客も含めると一千万人を超える）。八四年度で千一万三千人となり、八五年度には千六十七万五千人、そして八六年度は千六十六万五千人と小し減少したが、八七年度に千百九十七万五千人と盛り返し、八八年度はさらに百四十万人も増え千三百三十八万二千人が来園。六年間合計で六千六百六十四万人となり、これはわが国の人口の約半分に相当するという驚異的な数字になっている。

とくに八八年度に大幅増となったことについて同社は①地方（とくに中部、近畿）からの来園増（前年比二四％増の三百四十三万人）、②学校や団体（ゲストのうち約一〇％）の堅実な伸び、③リピーター（再来園者）の増大＝五〜六回以上再来園するゲストが多く、リピーター率は全ゲストの七五％を超える――の三点が大きな要因、と分析している。

ちなみに国内の他のレジャーランドの年間入場者数（八七年）を見ると、TDLとは比較にならないほどの差があり、二位で三百六十万人の鈴鹿サーキット、次いでびわ湖タワー、としまえんと三カ所が三百万人台で、二百万人台が四カ所、このほかはすべて百万人以下。TDLが遊園地市場の三分の一を占める、とされているのも確かなようだ。

なおTDLの運営方針のひとつとして、園内で窮屈な思いをさせないとの配慮から、園内ゲスト数が一定数を超えるとそれ以上の入園を制限している。

一日当たりの最高ゲスト数は、八七、八八年の十二月三十一日に記録した十四万六千人が最高。次いで八六年十二月三十一日の十三万七千人、八四年八月三十一日と八五年十二月三十一日の十一万人、八三年八月十三日の九万四千人となっており、大晦日とお盆が多い。これは他の多くの遊園地の約一カ月間の入場者数を一日で数えてしまうほど。TDLの並外れた人気がうかがえる。

また八八年度の連休、休暇では、ゴールデンウィーク（九日間）で五十二万人、夏休み（四十二日間）で二百七十一万人、春休み（十二日間）で八十七万人となっている。

ゲスト（入場客）数の推移（万人）

年度	83	84	85	86	87	88
ゲスト数	993	1,001	1,068	1,067	1,198	1,338

1人平均7千800円使う

八八年度のゲストの内訳を見ると、男女別では男性が三六％の約四百八十万人、女性が六四％の約八百六十万人で、女性の来園のほうが多い。

また十八歳以上が六四％、中学・高校生が一八％、小学生以下四歳以上が一八％となっている。

地域別ではやはり関東が最も多く六九％、次いで中部・甲信越地方が一〇・五％、関西が六％、東北三％、その他が六％で、あと五・五％（七十四万人）が外国人の来園となっている。

TDLまでの利用交通機関は、自家用車・観光バスが五五・八％と車での来園が過半数を占め、あとはJRや地下鉄、直通の路線バスなどで来園している。

ゲストが使うお金は一人当たり七千八百円で、前年度の七千四百円より五・四％増えている。

このほかいろいろなデータが出されている。TDLのキャストは現在一万千百人（うち正社員二千二百人）いる。コスチュームは四十一万点が管理され、年間に廃棄となるものは五万三千点。一日の消費電力は約十五万キロワットで、これは一般家庭の使用量の五十年分に当たる。ゴミ（焼却物のみ）の量は一日平均十トン、年間三千四百トンにもなる。清掃員は三百〜五百人、夜間百八十人もいる。TDLに寄せられた手紙は年間三千二百通で、海外からはポーランド、米国、イランの順に多い。

七年目に入るTDLでは、〝現実の夢の世界〟を維持するためにさらに内容充実に向け〝第二次五カ年計画〟を進めており、五百億円の追加投資を予定している。

そのうちの一つ、米国ディズニーランドで人気を呼んでいる宇宙戦争シミュレーション「スターツアーズ」が、七月十二日にオープンする。

また米国南部の大農園や岩山の中を走る急流すべり「スプラッシュ・マウンテン」を九一年に、雪山を急降下するコースター「マッターホルン・ボブスレー」を九三年にそれぞれ完成させる。なお現在TDLには三十五のアトラクションがある。

なお同社では地方のゲストへの配慮から、ホテルや交通など周辺開発が急務、としている。

ゲストの地域分布（％）

地域	％
関東	69.0
中部・甲信越	10.5
関西	6.0
東北	3.0
その他	6.0
海外	5.5

利用交通機関（％）

交通機関	％
自家用車・観光バス	55.8
JR京葉線 地下鉄 直通路線バス	44.2

まるちかめらあいず MULTI CAMERA EYES No.109

猫〈23〉

鎌先英太郎

さようなら

ぼくもういかなきゃなんない
すぐいかなきゃなんない
どこへいくのかわからないけど
さくらなみきのしたをとおって
おおどおりをしんごうでわたって
いつもながめてるやまをめじるしに
ひとりでいかなきゃなんない
どうしてなのかしらないけど
おかあさんごめんなさい
おとうさんにやさしくしてあげて
ぼくすききらいいわずになんでもたべる
ほんもいまよりたくさんよむとおもう
よるになったらほしをみる
ひるはいろんなひととはなしをする
そしてきっといちばんすきなものをみつける
みつけたらたいせつにしてしぬまでいきる
だからとおくにいてもさびしくないよ
ぼくもういかなきゃなんない

谷川俊太郎の詩集《はだか》にある詩である。谷川俊太郎は詩でも売れるということを実際にしめしたということでは革命的な詩人である、場合によっては初刷一万部ということさえあるといわれているから、殆んどの小説よりもよく売れるということだ。対象が老若男女を問わないというのもまた分り易いが、奥が深いというのもそうなれる理由のひとつであるのだろう。

《はだか》は別名ひらがな詩集ともいって、詩集でつかわれている文字はすべてひらがななのである。中でもここに引用した〈さようなら〉が、人が生きてゆく上でいつでもそれに重なってあるいは生と綯い交ぜになって生きてゆくことと殆んど同じだけの意味をもっている〈哀しさ〉をよく表わしている。こちらの生のヴォルテージが低下している時にはいかれてしまいそうになる。

この間からブッちゃんの仔の中ではいちばん体力がなかったアンコが出て行ったきりである。

ブッチャンは昭和の終りに近い年、六十三年五月に仔猫を四匹産んだ。劇画のマイケルそっくりの仔猫マイケル、この猫は肝がふとく体力もあり、はじめの頃はブッちゃんのいっとうのお気に入りだった。しかしいつまでたっても乳離れをせず他の三匹の仔猫がブッちゃんの乳を相手にしないようになっても、マイケル一匹だけはブッちゃんの隙を狙ってはその乳首にしわぶりついていった。とびかかってゆくのである。母猫としては母乳がなくても仔猫が充分に他の餌を咀嚼出来るようになれば乳首を触られるのを厭がるようになる。

執拗に乳首をねらうマイケルにたいして、ブッちゃん特意のジャブがとぶようになる。目の横の皮にブッちゃんの前脚の爪がひかかって、マイケルがひきずられるようなこともあった。

それでもマイケルはいっこうにこりなかった。まさに虎視眈眈とブッちゃんの乳首を狙い続けた。もともとブッちゃんそのものが生後一年たらずで母親になった急造の月足らずの母親であったものだから、気がつくと乳首をくわえた四匹の仔猫の力に抗しきれず、ずるずると引き擦られているようなこともあった。

ブッちゃんは小さな母体で精一杯頑張っていたのである。授乳という他のどっしりとした巨体を誇る母猫にとってはごく簡単な作業でも、ブッちゃんにとっては必死でその軽いウェイト吹けばとぶような母体に力をこめて踏んばって踏んばって転げないようにしなければならない力業であったのだ。

そのうちマイケルの目つきがよくないような感じに変ってきた。

どうにも落着きのない痴漢のような感じを与える目つきに似てくる。

深夜なんとも言えない哀しい動物のなき声で目が覚めるようなことがその頃数度あった。

ブッちゃんがマイケルを追いたててどこかへ行かせようとしていたようだ。

じっと注意して耳を欹てて聞いていると、犬がきゃんきゃんなくのに近いなき方でないているのが続き、それがきこえなくなると裏山の方角でその嫋嫋とした悲鳴をながくひきずりのばしたような猫のなきごえがきこえる。哀しい声が跡絶えたとおもうとまた暫くして家の近くで抗っている猫の声がきこえるという風であった。

一日か二日マイケルの姿が見えなくなる。やはりブッちゃんに追い出されてしまったのかとおもっているうちにマイケルが帰ってくる。そしてブッちゃんの乳首を狙う。また二、三日マイケルの姿が見えなくなるというようなことが続いているうちに、マイケルが絶えて姿をみせなくなってしまった。

この頃には小さなブッちゃんの体格は、いっとう小さな仔猫であるアンコは別にして、他の仔猫とはあまり大きさが違わないようになってきていた。もちろん風格はちがうし軀つきは、やはり親と仔ではまったく違うのだが。

取っ組み合いはしないけれど餌をたべる時に仔猫のギンとブッちゃんの間に睨みあいが起るようになる。

ギンは仔猫四匹の中では体格がいちばんよかった。足も手も尻尾も太くがっしりとしていたが肝が小さく、ほんのちょっとした変化にも大きく驚いて跳んで逃げてゆくのがギンで、身体がめだって小さく虚弱児童の牝猫であるアンコと一緒に、母親のブッちゃんにもつれるようにして歩きまわっていた。

そのギンが、こともあろうに餌の前に仁王立ちになって立ちふさがり、ブッちゃんに餌をたべるなとブッちゃんを睨みつけていた。

そういう睨みあいが数度続いた後、ブッちゃんは仔猫を三匹置いたまま家出をする。

三匹残っていた仔猫のうちのアンコが今度は出て行ってしまった。

JUNE 1

Game Machine's Best Hit Games 25

■テーブル型TVゲーム機 (TABLE VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
1	1	テトリス（セガ社） Tetris (Sega)	8.30
2	2	天地を喰らう（カプコン） Dynasty Wars (Capcom)	7.42
❸	—	ファイナルブロー（タイトー） Final Blow (Taito)	7.41
4	3	クラックダウン（セガ社） Crack Down (Sega)	7.14
5	4	ワルキューレの伝説（ナムコ） Valkyrie (Namco)	6.52
6	5	ドカベン（カプコン） Dokaben (Capcom)	6.50
❼	11	ワールドスタジアム（ナムコ） World Stadium (Namco)	6.38
❽	12	ファイティングホーク（タイトー） Fighting Hawk (Taito)	6.22
❾	13	ファイティングファンタジー（データイースト） Hippodrome [Fighting Fantasy] (Data East)	6.11
❿	—	トンマ（アイレム） Tonma (Irem)	6.01
11	6	レッスルウォー（セガ社） Wrestle War (Sega)	6.00
12	10	ゲイングランド（セガ社） Gain Ground (Sega)	5.89
13	7	四川省（アイレム） Sichuan (Irem)	5.79
14	8	ラスタンサーガ II（タイトー） Rastan Saga II (Taito)	5.71
15	9	上海 II（サン電子） Shanghai II (Sun Electronics)	5.36
⓰	—	ラストサバイバー（セガ社） Last Survivor (Sega)	5.25
17	17	達人（タイトー） Truxton (Taito)	5.23
⓲	19	イメージファイト（アイレム） Image Fight (Irem)	5.16
19	18	バーディトライ（データイースト） Birdie Try (Data East)	5.07
20	16	ダブルドラゴン II（テクノスジャパン） Doble Dragon II (Technos Japan)	5.00
21	14	天聖龍（ジャレコ） Saint Dragon (Jaleco)	4.94
㉒	31	ギャラガ88（ナムコ） Galaga88 (Namco)	4.86
23	15	ブラストオフ（ナムコ） Blast Off (Namco)	4.84
24	21	ストライダー飛竜（カプコン） Strider (Capcom)	4.83
25	20	スーパーマン（タイトー） Superman (Taito)	4.78

■アップライト、コックピット型TVゲーム機 (UPRIGHT / COCKPIT VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
❶	3	ファイナルラップ（デラックス）（ナムコ） Final Lap (Deluxe) (Namco)	9.11
❷	—	ハード・ドライビング（アタリゲームズ／ナムコ） Hard Drivin' (Atari Games／Namco)	8.90
3	1	ウイニングラン（ナムコ） Winning Run (Namco)	8.70
4	2	オペレーション・サンダーボルト（タイトー） Operation Thunderbolt (Taito)	8.47
5	4	ターボアウトラン（セガ社） Turbo Out Run (Sega)	7.46
❻	—	エンフォース（タイトー） Enforce (Taito)	7.33
7	5	ファイナルラップ（スタンダード）（ナムコ） Final Lap (Standard) (Namco)	7.31
8	6	チェイスH.Q.（タイトー） Chase HQ (Taito)	6.95
9	9	アウトラン（デラックス）（セガ社） Out Run (Deluxe) (Sega)	6.75
❿	12	トップランディング（コックピット）（タイトー） Top Landing (Cockpit) (Taito)	6.56
11	7	パワードリフト（デラックス）（セガ社） Power Drift (Deluxe) (Sega)	6.31
12	10	メタルホーク（ナムコ） Metal Hawk (Namco)	6.25
13	11	アフターバーナー（コックピット）（セガ社） After Burner (Cockpit) (Sega)	5.92
14	13	コンチネンタルサーカス（タイトー） Continental Circus [Continental Circuit] (Taito)	5.85
15	8	ホットロッド（ジョイタイプ）（セガ社） Hot Rod (Joy) (Sega)	5.67

■麻雀TVゲーム機 (MAHJONG VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
1	—	マージャンGメン'89（日本物産） Mahjong G-man'89* (Nichibutsu)	7.00
2	2	麻雀ファンクラブ（ビデオシステム） Mahjong Groupie* (Video System)	6.69
3	3	アイドル放送局（システムサービス） Idol Parade* (System Service)	6.29
4	4	学園長の復讐〔麻雀学園2〕（フェイス） Mahjong Academy II* (Face)	6.23
❺	6	華の舞（中日本リース） Flower's Dance* (Dynax)	6.11

■フリッパー (FLIPPERS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
❶	4	トラックストップ（バリーミッドウェー） Truck Stop (Bally Midway)	7.00
❷	5	バンザイラン（ウィリアムズ） Banzai Run (Williams)	6.50
3	1	タクシー（ウィリアムズ） Taxi (Williams)	5.75
4	2	サイクロン（ウィリアムズ） Cyclone (Williams)	5.67
5	3	バッドガールズ（ゴットリーブ／プリミア） Bad Girls (Gottlieb／Premier)	5.50

* The Traditional Japanese Games or Japanese Quiz Game, etc.

評価 (RATING) 調査ロケーションの設置機種を売上げと人気度から見たランク付けで、各オペレーターの判断によるデータを集計、その平均値を示したもの。数字の意味は10：これ以上ない爆発的な人気と売上げ、9：すばらしい人気と売上げ、8：大変いい人気と売上げ、7：いい人気と売上げ、6：まあいい人気と売上げ、5：平均的なもの、4：平均以下(以下省略)

Overseas Readers Column

Taito's "F² System" Video Board Debut

Taito Corp., Tokyo, unveiled new hardware for coin-op amusement video and on April 21 it shipped the boxing game "Final Blow", the first video game employing the new system, to the domestic market. Called "Formation Square (F²) System", the new system is the main PC board by which a variety of game software can be exchanged.

On April 14, Taito Corp. invited to its head office in Tokyo, and on April 17, it invited to its branch office in Osaka, distributors and operators with which Taito has business relations, holding a private show to introduce the new board system. "F² System" board combines the main board in which all functions used for video games are built, and the sub-board. This combination is called "Common Module" by Taito. Games can be exchanged by replacing the sub-board.

According to Taito, "F² System" can respond to all types of game conceivable at present. For instance, functions, such as rotation and zoom of a screen image, and communications between games, can be incorporated into the sub-board. Video games using same functions can be exchanged simply by replacing the ROM.

Taito explains that in this "F² System" based on the "Common Module" system, analysis of a computer programs for counterfeiting becomes meaningless, making unauthorized copying almost impossible.

"Final Blow", the first video based on Taito's "F² System", will be followed by the second, third and fourth games to be shipped in July, Novemver, this year, and February, next year, respectively.

"F² System" is an advanced hardware. In Japan, game exchange systems based on these boards are called "System Board", and have been widely used since 1981. It is Taito that has pioneered in development of these systems, developing "SJ System" in 1981 that had been used from 1981 to 1984. "F² System" is a highly sophisticated "System Board" entirely differing from "SJ System".

"System Boards" have been positively used not merely by Taito, but also Sega Enterprises, Ltd., Irem Corp., Namco Limited, Jaleco, and Capcom. Sega, among others, has "System I" (83–86), "System II" (85–88), "System E" (86–88), and "System 16" (86–). The latest "16" is well known for the popularity gained by "Shinobi", "Altered Beast", etc. Irem has two types, "Old Hardware" (84–86) and "New Hardware" (87–88).

Namco has "System '86" (86–87), "System I" (87–), and "System II" (88–). "I" is known for "Rolling Thunder", while "II" is known for "Pac-Mania", "Galaga 88", etc. Also known are "P-47" in Jaleco's "Mega System" (88–) and "Forgotten World" in Capcom's "CP System" (88–).

Games in these "System Boards" are exchanged by replacing the ROM or sub-board. However, since the "CP System" does not use mask-ROM, the manufacturer undertakes exchange by trade-in (i.e. replaces programes on the P-ROMs). All these systems are intended to challenge the theme – how to supply new games at a low cost – which the manufacturers stress. Naturally, these systems can ensure an economy in introducing a new game. However, new videos do not necessarily become popular. Therefore, these systems may be said to be a wise way for both manufacturers and operators to minimize the risk.

Apart from these systems, Namco, Taito and Sega have been challenging research and development (R&D) of new videos using the main boards not based on those systems, and manufacturing such videos one after another.

Konami Indus. Announced Results For '88

On April 24, Konami Industry Co., Ltd., Kobe, announced that in its fiscal year ended at the end of February 1989, both revenue and net income grew favorably. The sales of coin-op videos, among others, showed a 9.7% increase over the preceding year, while those of consumer videos showed a sharp 1.3-fold growth, suggesting that exports of game cartridges for "Nintendo Entertain System (NES)" in the U.S. are growing rapidly.

According to Konami, the revenue for the year from March 1988 to February 1989 totaled 26,058 million yen (up 8.8% over the preceding year), net income totaled 2,625 million yen (up 8.4%), and net income per share stood at 130.84 yen (up 8.4%). Of the revenue, coin-op videos occupied 3,654 million yen (of which exports accounted for 9.1%), while consumer videos occupied 21,490 million yen (of which exports accounted for 65.5%), that is, 14.0% of total revenue is occupied by coin-op videos, and 82.5% by consumer videos.

Exports of "NES" game cartridges have increased sharply as follows: 69 million yen for the March '86–February '87 period, 6,883 million yen for the March '87–February '88 period, and 16,748 million yen for the March '88–February '89 period. This shows that the "NES" market itself is expanding swiftly, and that along with it Konami is successfully developing popular games (such as "Top Gun"). "NES" market has been joined not merely by Konami, but also by many other Japanese coin-op video game manufacturers many of which have achieved great results. Thus, their influence cannot be neglected.

Editor: *Masumi Akagi*
Amusement Press, Inc.
18-2, Doyamacho, Kita-ku,
Osaka, 530 Japan
faxphone (81) 6-314-3821

Atari's New Simulator Set By Namco, Sega

It was finally decided that Atari Games Corp.'s new video driving simulator "Hard Drivin'" be shipped by both Namco Ltd. and Sega Enterprises in Japan, and shipments started from the end of April. According to Namco, Namco is given a priority to exclusively selling Atari Games' products, so that Namco is exclusively importing "Hard Drivin'", and some of the imports (estimated) are distributed by Namco, and the others by Sega.

Thus, at the Japanese market, Namco is given a priority for Atari Games' products. This is because Namco America, Namco's subsidiary, owns 26% of Atari Games' shares. However, it does not necessarily follow that Atari Games' games are handled by Namco. One of the typical examples is the coin-op version of "Tetris". In this case, Namco at first examined "Tetris" and decided not to deal it. Thus, Sega reached an agreement with Atari Games on marketing it in Japan. Meanwhile, with the consent of Atari, Sega developed "Tetris" independently, and made a great hit by developing its operations from December 1988 at the domestic market (at first, limited to lease, then sold from April). Thus, in Japan, Atari Games' products differ in exclusive marketing right from game to game.

Apart from Atari Games' videos, no other coin-op amusement games of American manufacturers have been imported to Japan, although only flipper pinballs have been imported exceptionally. All pinballs, including Williams, Bally Midway and Premier, have been imported by Taito and marketed. Pinballs manufactured by Data East USA are imported and marketed by its parent company Data East.

Meanwhile, it is a matter of concern how Leland Corp.s driving video game "Super Off Road" will be imported to Japan, but we have no information so far.